

Recht: News

VOLKSWAGEN VS. VOLKS-INSPEKTION

Der Autobauer Volkswagen ist bekannt als Name und als Logo. Das Unternehmen verteidigt sein Markenportfolio gründlich. Dieses Mal hat der Bundesgerichtshof (BGH) zum Schutzzumfang der bekannten Marke »Volkswagen« gegenüber fremden Zeichen mit dem Bestandteil »Volks-« entschieden (Az. I ZR 214/11, PM Nr. 65/2013 des BGH).



Die Volkswagen AG ist Inhaberin diverser, in der EU geltender Marken »Volkswagen« mit oder ohne weiteren Zusatz. Die Marken sind für Fahrzeuge sowie deren Reparatur eingetragen. Die erste Beklagte gehört zum Medienkonzern Axel Springer und betreibt den Internetauftritt der »Bild«-Zeitung. Die zweite Beklagte ist die Firma A.T.U.,



die über ein Netz markenunabhängiger Kfz-Werkstätten verfügt. Im Jahr 2009 führten die Beklagten Aktionen durch, in denen A.T.U.-Inspektionen für Kraftfahrzeuge unter der Bezeichnung »Volks-

Inspektion« und Reifen unter dem Titel »Volks-Reifen« angeboten wurden. Beworben wurde A.T.U. als »Volks-Werkstatt«. Der Wolfsburger Autobauer hatte die Beklagten wegen Verletzung ihrer Marke »Volkswagen« in Anspruch genommen. Das Oberlandesgericht München als Berufungsgericht hatte die Klage zwar abgewiesen. Der BGH hat den Fall nun aber zur erneuten Entscheidung zurückverwiesen, denn das Berufungsgericht habe nicht genügend berücksichtigt, dass »Volks-

wagen« eine bekannte Marke sei. Das Markenrecht soll dafür zu sorgen, dass Marktteilnehmer sicher sein können, aus welchem Unternehmen das Produkt stammt. Bei bekannten Marken ist dieser Schutz besonders stark. Wer andere Zeichen verwendet, muss einen deutlichen Abstand zu der bekannten Marke einhalten, um die Gefahr einer Verwechslung zu verhindern. Nach Ansicht der BGH sei nicht ausgeschlossen, dass die Zeichen »Volks-Inspektion«, »Volks-Reifen« und »Volks-Werkstatt« die bekannte Marke »Volkswagen« verletzen. Diese könne bereits beeinträchtigt werden, wenn das Publikum aufgrund der Verwendung der Zeichen »Volks-Inspektion«, »Volks-Reifen« und »Volks-Werkstatt« von wirtschaftlichen oder organisatorischen Verbindungen zur Klägerin ausgeht. Eine professionelle Markenrecherche kennt diese Zusammenhänge und berücksichtigt den erweiterten Schutzbereich etwaiger bekannter Marken.

GESCHMACKSMUSTER: ORIGINAL? KOPIE?

Das Geschmacksmusterrecht, auch Designrecht genannt, ist ein wichtiges Mittel, um Kreativität zu



fördern. Ein Geschmacksmuster schützt die zwei- oder dreidimensionale Form eines Produktes. Geschützt werden kann die Gestaltung einer Fläche – zum Beispiel einer Tapete – oder die Gestaltung eines dreidimensionalen Gegenstandes – zum Beispiel eines Autos (im Gegensatz zum Patentrecht, das neue technische Lösungen schützt, etwa einen neuen Elektromotor). Wie im Markenrecht geht es im Designrecht häufig um die Frage, ob ein jüngeres Muster eine unzulässige Kopie eines bereits etablierten Designs ist.

Wer geltend macht, eigene Ideen würden unzulässig kopiert, muss beweisen, dass er Inhaber des Designs ist. Wie bei Marken gibt es dabei eingetragene und nicht eingetragene Geschmacksmuster. Der Beweis der Inhaberschaft kann bei nicht eingetragenen Geschmacksmustern schwierig sein. Der Bundesgerichtshof hatte in einem kürzlich veröffentlichten Urteil zu entscheiden, wer Inhaber eines Bolerojäckchens namens »Amisu« ist (Az. I ZR 23/12). Die Klägerin, ein Textilhandelsunternehmen, behauptete, sie sei Inhaberin des nicht eingetragenen Musters der Bolerojacke »Amisu«. Ihr Recht an dem Muster werde durch den Vertrieb einer Bolerojacke der Beklagten verletzt. Die Klägerin behauptete, ihre Mitarbeiter hätten die Bolerojacke »Amisu« entworfen und legte dazu eine Skizze vor.

Wird ein Geschmacksmuster von einem Arbeitnehmer kreiert, steht das Recht auf das Design grundsätzlich dem Arbeitgeber zu. Die Mitarbeiter sagten als Zeugen aus, ihre Ideen seien in der Skizze festgehalten worden. Aus der Skizze war aber das Klagemuster nicht erkennbar. Es zeichnete sich nämlich durch ein bestimmtes Bündchen an der Jackenöffnung aus, das in der Skizze nicht enthalten war. Die Klägerin konnte auch nicht beweisen, dass das Klagemuster eine Weiterentwicklung der Skizze war. Ohne den Beweis der Inhaberschaft wurde die Klage daher abgewiesen.

Wer das Risiko einer Auseinandersetzung verringern will, sollte auch im Designrecht die vorhandenen Recherchemöglichkeiten nutzen. Denn eingetragene Geschmacksmuster sind professionell recherchierbar und zwar nicht nur in Deutschland.

zusammengestellt und recherchiert von



Unter der Marke S.M.D. Markeur recherchiert und überwacht die Schutz Marken Dienst GmbH seit 1949 Marken, Patente, Firmen, Domains und andere IP Rechte weltweit. Mehr Informationen finden Sie unter www.smd-markeur.de